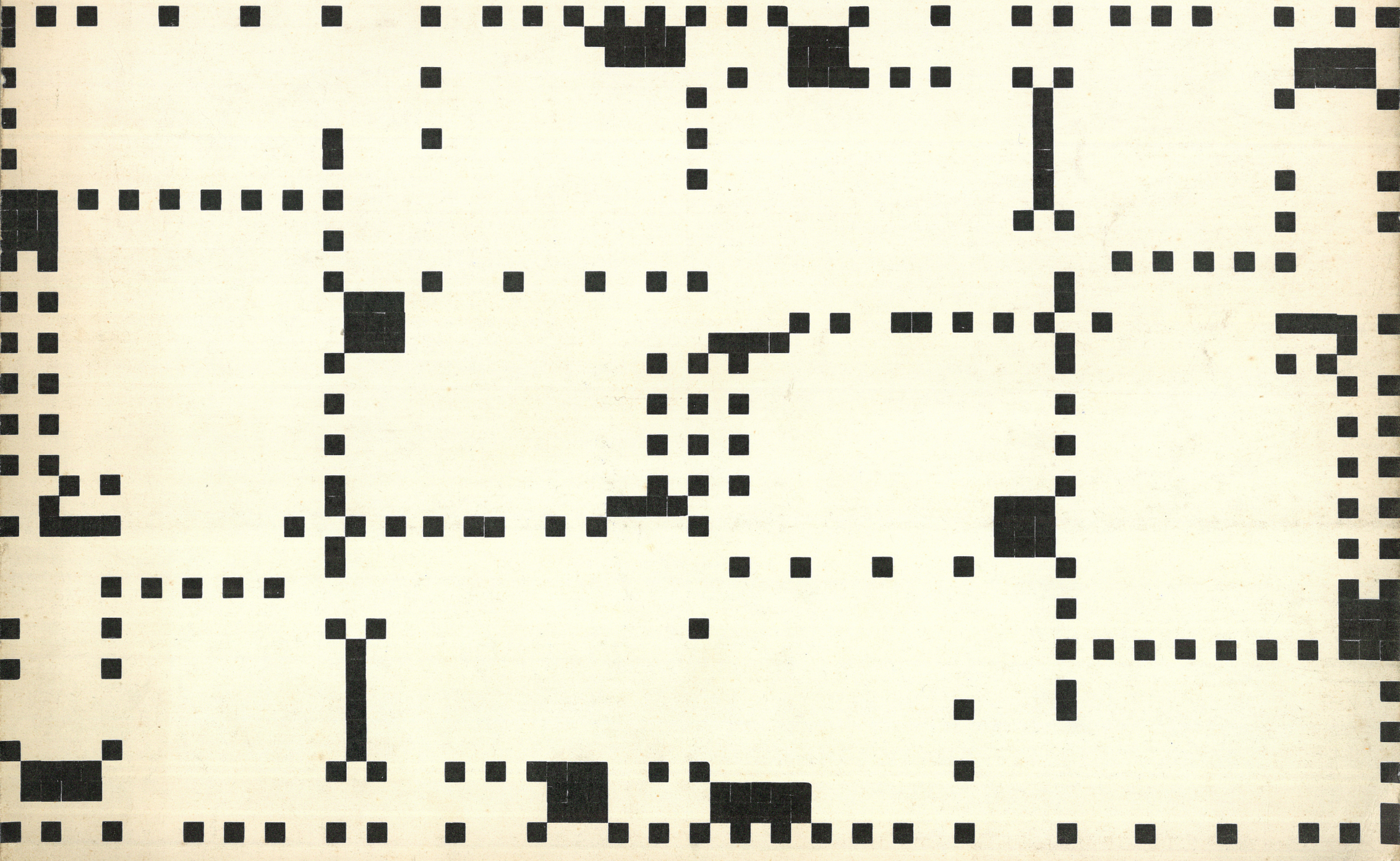
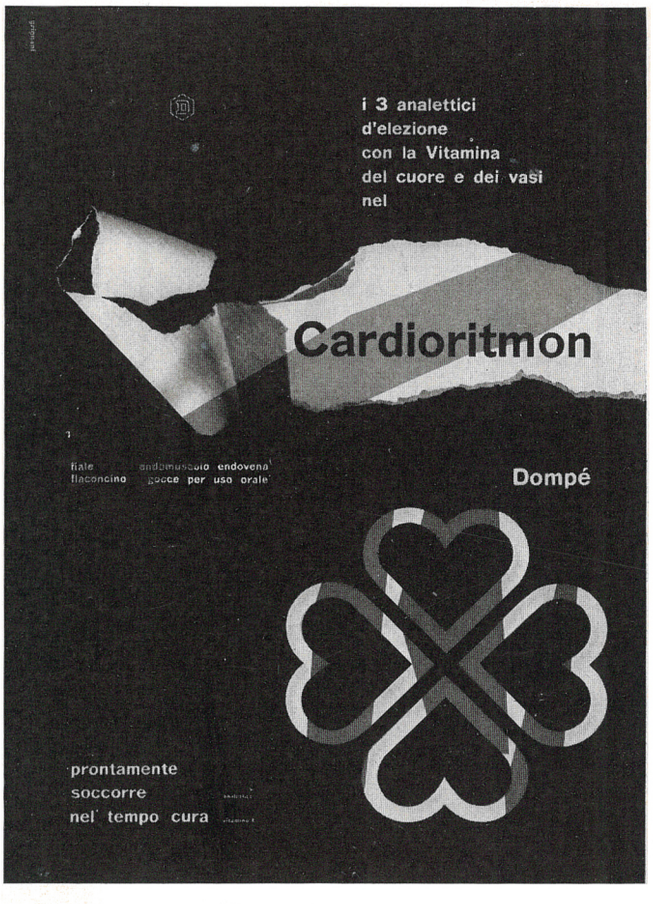
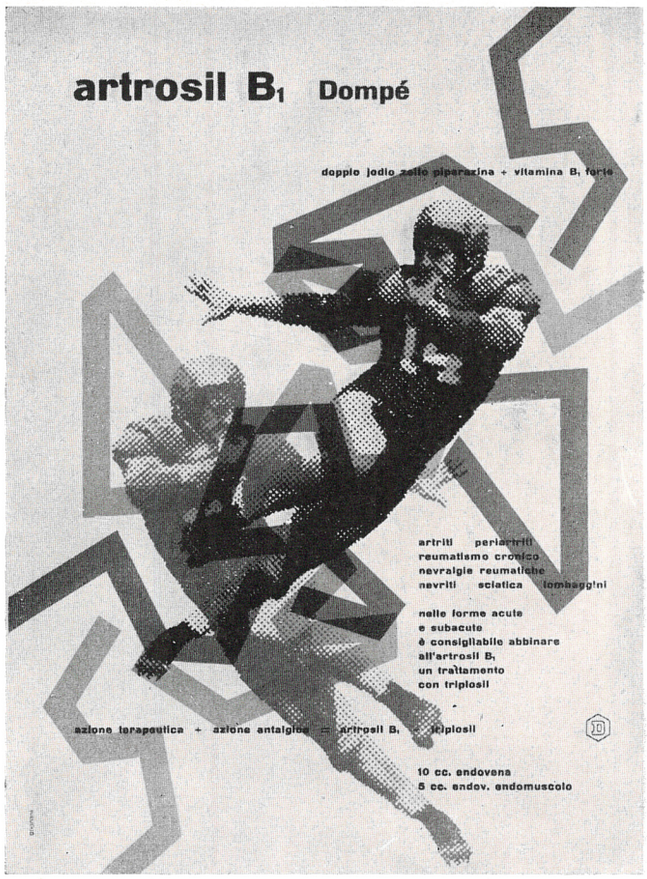
tm typographische monatsblätter sgm schweizer graphische mitteilungen rsi revue suisse de l'imprimerie nr. 10 oktober 1955 74. jahrgang

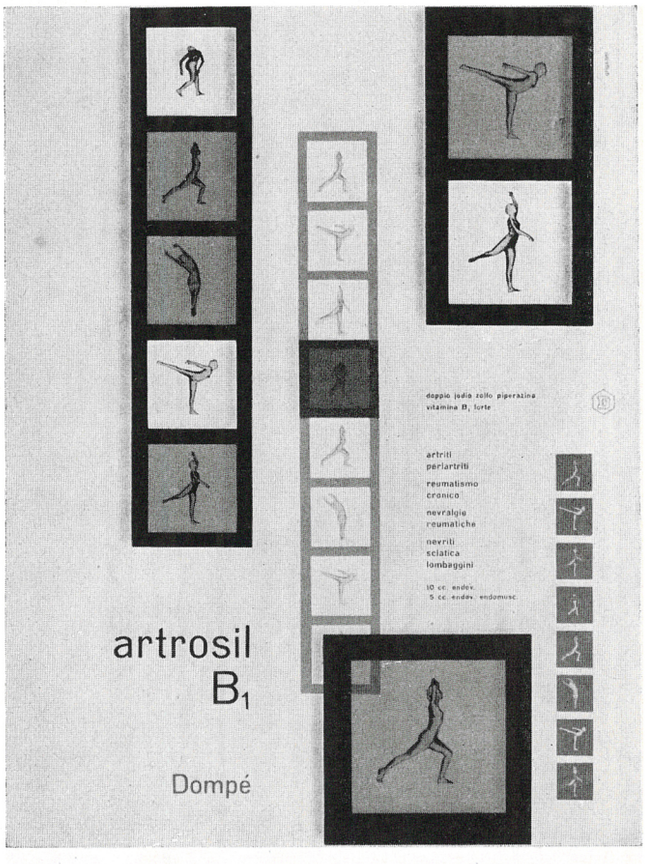
herausgegeben vom schweizerischen typographenbund, bern



Le graphisme n'a pas de frontières. Grâce à l'amabilité de la revue *Rassegna Graphica*, Franco Grignani, brillant artiste italien et lauréat de nombreux concours, succède aujourd'hui à Crous-Vidal sur la liste des «vedettes du graphisme international» présentées par la *Revue suisse de l'Imprimerie*. L'imagination débordante, la variété, le rythme et la précision exceptionnelle qui ressortent de chaque composition – où la lettre typographique est préférée à l'écriture dessinée – classent Franco Grignani parmi les meilleurs graphistes européens. Nos lecteurs ne manqueront surtout pas d'admirer les extraordinaires possibilités de la technique photographique, arme N° un de Franco Grignani, artiste publicitaire de notre époque.





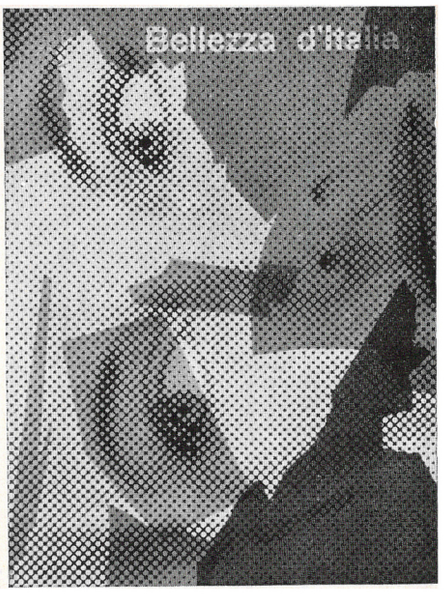


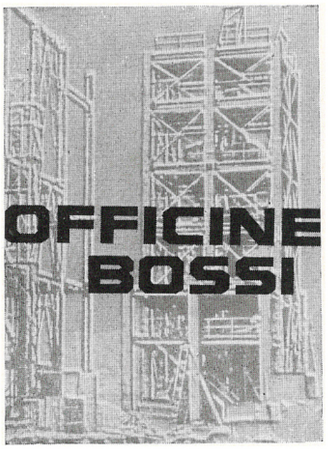
Entretenons-nous d'un homme, à la fois artiste et technicien, qui a dirigé sa carrière de telle manière qu'elle lui a permis de devenir un artiste publicitaire. En effet, Franco Grignani est à un très haut degré, mais surtout sur le plan de la plénitude, de la perfection, de la culture maintenue continuellement à jour et de la recherche expérimentale des valeurs positives, un artiste toujours en action du métier et de la sensibilité publicitaire.

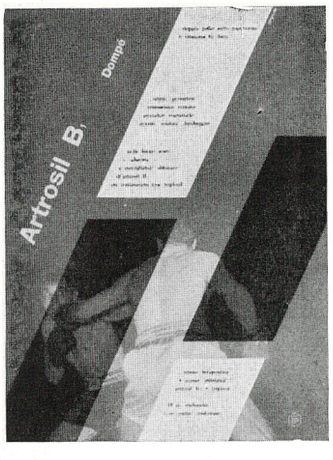
Voici sa biographie. Il est né à Pieve Morto Morone, dans la province de Pavie, et il a achevé des études d'architecture. Le secteur graphique l'a tout de suite passionné. Son guide fut le Bauhaus qui, en tant qu'institut d'application artistique dans la pratique de la typographie, des divers procédés artisanaux ou scientifiques, des matières à traiter, etc. – naturellement avec un esprit d'avant-garde et de tradition helvétique tout à la fois – ne peut trouver d'équivalent, en dépit d'une orientation différente, que dans l'Institut d'art de Chicago. Grignani suit cette voie aussi bien en peinture qu'en architecture et se joint à des groupes d'avant-garde du futurisme en participant à des expositions collectives. Voilà la route, assez nettement tracée me semble-t-il, pour arriver par le moyen d'expériences à l'application graphique dans la composition. Et voilà aussi une étape qu'il a franchie. L'école graphique suisse le suit dans son sévère travail de préparation qu'il continue encore, travail qui devait lui assurer la possession de tous les éléments lui permettant de s'exprimer de façon moderne, surprenante et efficace, mais aussi esthétiquement raffinée. La photographie le captive par tous ses secrets et le cercle plus étendu des résultats qu'elle offre à qui possède un sens aigu d'expérimentation. De plus, sa formation d'artiste lui permet d'arriver à un but que même le plus accompli des techniciens ne pourrait atteindre. Finalement, Grignani a abordé la publicité et cette année il a gagné le premier prix de la page en couleurs avec les pages publicitaires alternant avec le texte dans la revue *Bellezza d'Italia*, pages indiscutablement belles qui décrochent les prix dès qu'elles sont présentées. C'est en effet cette année que Grignani concourait pour la première fois pour le Prix national de la publicité; il vit pour lui-même, travaillant – c'est le cas de le dire – jour et nuit et s'il a été découvert c'est indépendamment de toute exhibition.

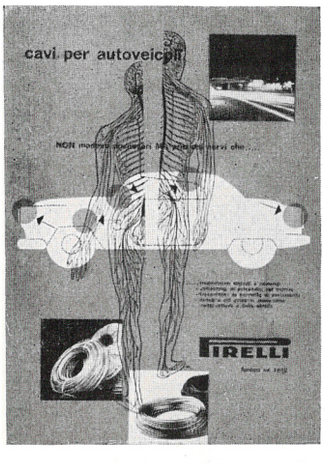
Il dirige depuis huit ans *Bellezza d'Italia*, la revue italienne non seulement la plus soignée graphiquement et esthétiquement parlant, mais qui est le plus en mesure de représenter son pays sur le plan de l'édition moderne; des revues américaines, anglaises, françaises, japonaises, suisses, hollandaises, allemandes et italiennes ont publié ses travaux; il a été invité à exposer en France, en Suisse, en Hollande, à Gênes et à la Triennale de Milan; il collabore aux offices de propagande des plus importants groupes industriels.

Voilà sa fiche bibliographique remplie. Mais je vous parle de Franco Grignani parce que je connais son travail depuis sept ans et, par conséquent, la route qu'il a parcourue sans répit; je connais son perfectionnement, son travail de longue haleine pour réunir du matériel, ses voyages, sa documentation, les archives composées des photographies qu'il a prises, les expériences accumulées, la sensibilité attentive tournée vers les problèmes des marchés, comment il est arrivé à posséder son bureau d'études actuel et comment il forme ses collaborateurs. Si je dis tout cela, c'est pour mieux faire comprendre ce que j'ai écrit au début et pour que soit interprétée très exactement sa

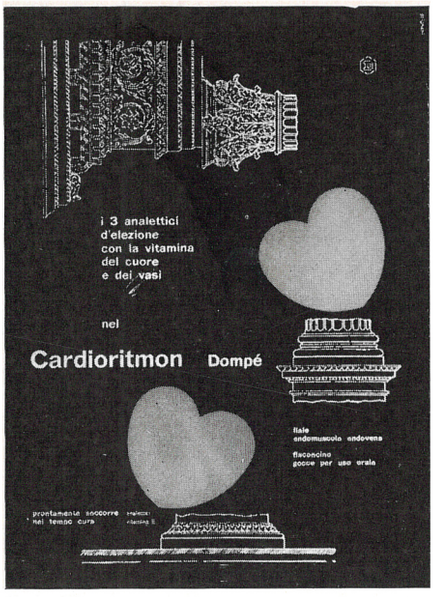


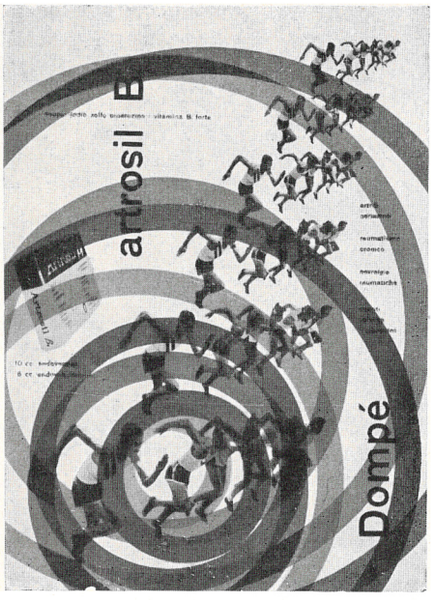




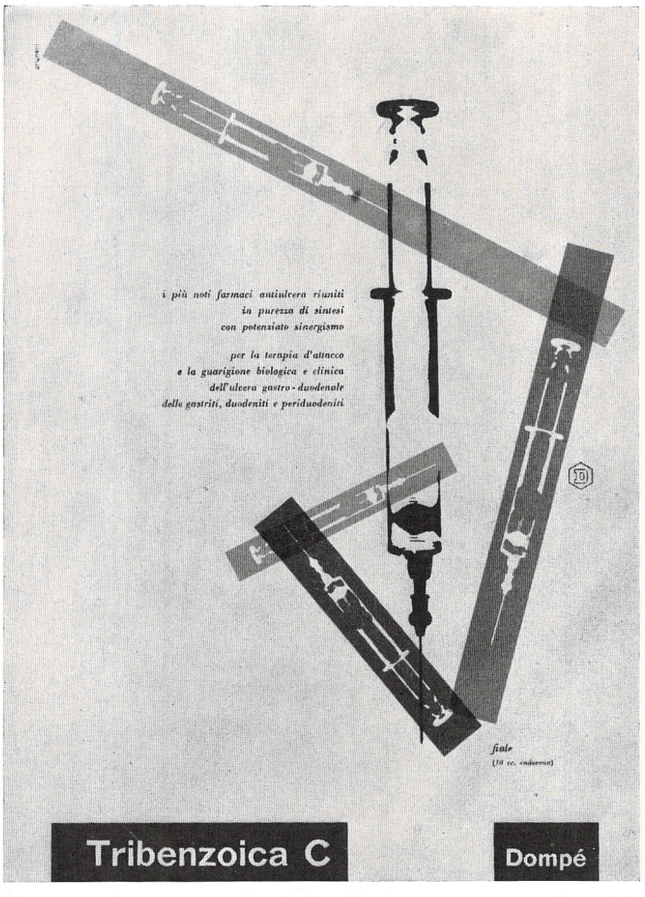


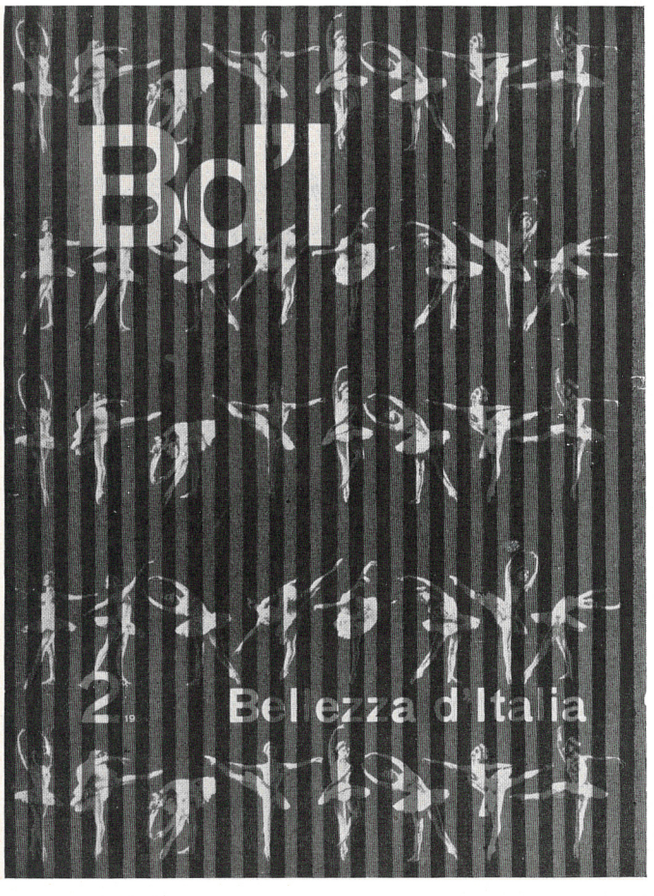
Franco Grignani, Italie





Franco Grignani, Italie

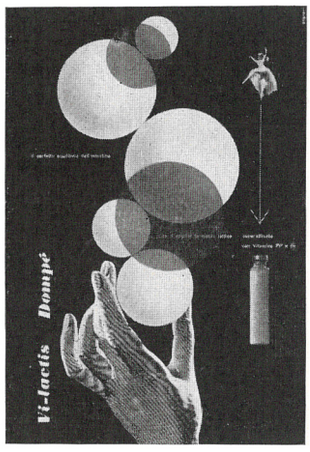
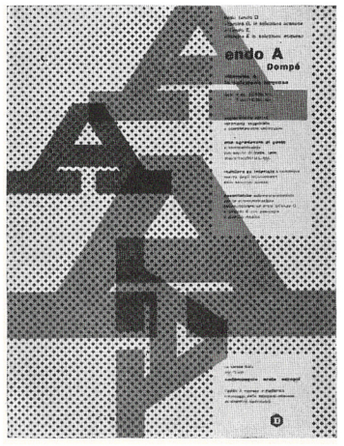
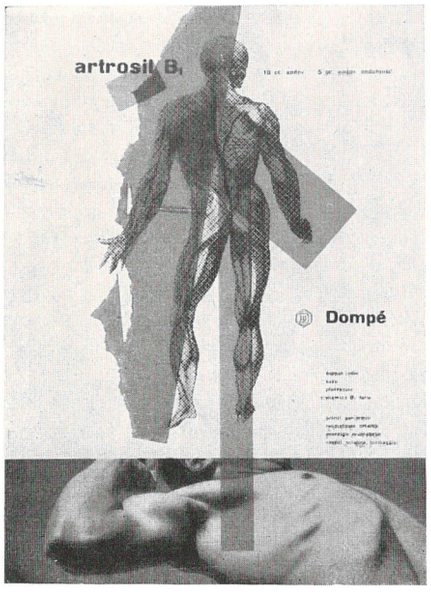
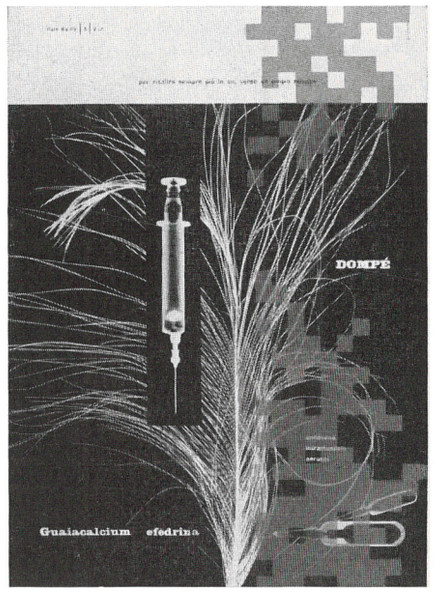




qualification d'artiste publicitaire. Ajoutons enfin – et notre définition ne sera pas encore complète – qu'il possède pleinement les moyens et le langage de présentation et d'explication, qu'il interprète et traduit le programme, le but et aussi la sensibilité du technicien publicitaire qui le seconde en se pénétrant des problèmes de ce dernier comme un collaborateur externe peut-être, mais un collaborateur qui a toutefois acquis tous les éléments du caractère et du but de l'entreprise, ainsi que de la personnalité des produits, qui maintiennent tout cela en parfait équilibre sur le marché, dans l'opinion publique et surtout auprès du consommateur.

Je suis d'avis qu'aussi bien l'artiste publicitaire que n'importe lequel des collaborateurs de l'Office de publicité d'une grande entreprise, du directeur jusqu'au garçon de courses, ne peut accomplir sa tâche avec sensibilité, conscience et valeur pleine et constante s'il ne sait pas tout du travail industriel ou commercial de la firme pour laquelle il travaille; ce n'est pas par hasard, ni pour faire usage d'une banale expression, que j'ai dit « jusqu'au garçon de courses »; j'insiste au contraire là-dessus. Notre profession est trop sensibilisée jusqu'en ses moindres services pour qu'il en soit autrement; un bureau d'études requiert constamment et en toute occasion une collaboration d'équipe ou, si vous préférez et dans le sens qu'avait ce mot à l'époque de la Renaissance, d'atelier; un atelier, toutefois, qui a derrière soi un champ de production étendu et devant les plus vastes perspectives du panorama de sa propre époque, c'est-à-dire les perspectives des marchés, qui ne sont autres que celles de la civilisation et du progrès, car la découverte et le chef-d'œuvre ne commencent à manifester leur existence et leur influence que depuis le moment où ils sont vendus, peut-être par le truchement du billet d'entrée d'une galerie d'art. Mais il faut que l'artiste publicitaire soit à même de mettre le dit office au courant de tout ce qui est inhérent à ce champ de production et capable de ne pas perdre de vue et la physionomie du produit et son monde psychologique. Or, Grignani est l'artiste publicitaire de notre époque précisément parce qu'il sait être le collaborateur de cette sensibilité; parce qu'il tient toujours compte dans son travail du marché, de la physionomie de l'entreprise, de la concurrence, du prix et de la particularité du produit ainsi que des saisons, milieux et régions à considérer pour l'usage de celui-ci, facteurs qu'il met en valeur avec perspicacité grâce à ses formes d'expression fraîches, claires et raffinées, procédant de ce mode antipictural si moderne de par sa sensibilité et sa technique de reproduction. Nous pouvons au surplus nous fier à sa collaboration pratique: il connaît les procédés typographiques, l'organisation publicitaire, la physionomie et les caractéristiques des journaux, la réglementation, les temps et les prix, toutes choses dont on tient toujours compte ou, pour mieux dire, que l'on exploite précisément pour tout ce qu'elles peuvent donner en quantité et en qualité pour les usages traditionnels ou courants.

Il se peut que j'aie écrit un article sur l'artiste publicitaire en donnant Grignani comme exemple. Ce serait une erreur, car sa personnalité sort du cadre précisément parce que c'est celle d'un artiste. Et c'est un artiste publicitaire de cette force, ainsi que peuvent vous le démontrer en même temps que moi les reproductions de ses travaux qui accompagnent ce qui précède.

Arnaldo Cappellini.

Adapté de l'italien par A. Diserens.